

RS OGH 1996/1/30 4Ob1/96, 4Ob2064/96z, 4Ob2349/96m, 4Ob2338/96v, 4Ob45/97i, 4Ob146/97t, 4Ob28/97i, 6

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 30.01.1996

Norm

EWG-RL 84/450/EWG - Irreführungsrichtlinie Art2

UWG §2 C2a

UWG §2 A2

Rechtssatz

Die - für Österreich schon mit dem Beitritt zum EWRA wirksam gewordene - Richtlinie des Rates vom 10.9.1984 zur Angleichung der Rechtsvorschriften und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über irreführende Werbung (84/450/EWG) stellt objektive Mindestkriterien auf, nach denen beurteilt werden kann, ob eine Werbung irreführend ist. Seit der Entscheidung EuGH 6.7.1995,

RsC-470/93 - Mars = WBI 1995, 370 = EWS 1995, 313 = EuZW 1995, 611 =

RIW 1995, 687 = ZIP 1995, 1285 ist als sicher anzunehmen, daß der

EuGH vom Bild eines mündigen und verständigen Verbrauchers ausgeht.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 1/96
Entscheidungstext OGH 30.01.1996 4 Ob 1/96
- 4 Ob 2064/96z
Entscheidungstext OGH 14.05.1996 4 Ob 2064/96z
- 4 Ob 2349/96m
Entscheidungstext OGH 26.11.1996 4 Ob 2349/96m
Vgl; Beisatz: Bei einem mündigen und verständigen Verbraucher handelt es sich um einen umsichtigen, kritischen und verständigen Verbraucher, der auf Grund ausreichender Information in der Lage sein muß, seine Entscheidung auf dem Markt frei zu treffen. (T1)
- 4 Ob 2338/96v
Entscheidungstext OGH 17.12.1996 4 Ob 2338/96v
Auch; nur: Die - für Österreich schon mit dem Beitritt zum EWRA wirksam gewordene - Richtlinie des Rates vom 10.9.1984 zur Angleichung der Rechtsvorschriften und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über

irreführende Werbung (84/450/EWG) stellt objektive Mindestkriterien auf, nach denen beurteilt werden kann, ob eine Werbung irreführend ist. (T2) Beisatz: In der Entscheidung EuGHSlg 1992 I 131 = WRP 1993, 233 = EuZW 1993, 544 = ZIP 1992, 1719 (Heinemann) - Nissan hat der EuGH Art 2 Z 2 Irreführungs-RL dahin ausgelegt, daß das bloße "Anlocken" für die Bejahung einer Irreführungsgefahr nicht ausreiche; eine irreführende Werbung liege nur vor, wenn die Werbung nicht nur zur Täuschung, sondern auch dazu geeignet sei, den Kaufentschluß zu beeinflussen. (T3)

- 4 Ob 28/97i

Entscheidungstext OGH 25.02.1997 4 Ob 28/97i

Vgl auch

- 4 Ob 45/97i

Entscheidungstext OGH 22.04.1997 4 Ob 45/97i

Vgl; nur: Seit der Entscheidung EuGH 6.7.1995, RsC-470/93 - Mars = WBI 1995, 370 = EWS 1995, 313 = EuZW 1995, 611 = RIW 1995, 687 = ZIP 1995, 1285 ist als sicher anzunehmen, daß der EuGH vom Bild eines mündigen und verständigen Verbrauchers ausgeht. (T4)

- 4 Ob 146/97t

Entscheidungstext OGH 13.05.1997 4 Ob 146/97t

Auch

- 6 Ob 211/03b

Entscheidungstext OGH 23.10.2003 6 Ob 211/03b

Auch; Veröff: SZ 2003/138

- 4 Ob 217/06z

Entscheidungstext OGH 13.02.2007 4 Ob 217/06z

Auch

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1996:RS0102654

Zuletzt aktualisiert am

18.08.2009

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, <http://www.ogh.gv.at>

© 2024 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at